



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

Facultad de Educación

Máster en Profesorado de Educación Secundaria  
Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y  
Enseñanza de Idiomas

Especialidad en Lengua Castellana y Literatura

Trabajo de Fin de Máster

# ***Goodreads* como eje del *Plan de Fomento de la Lectura* en un Centro de Educación Secundaria. Diseño de una propuesta de lectura social.**



María Seguí Moreno  
Tutor: José Rovira Collado

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA

D<sup>a</sup>.: María Seguí Moreno, con DNI 21680972E, estudiante del Máster en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas de la Universidad de Alicante, realizado en el período 2017/2018.

### DECLARO QUE:

La Memoria del Trabajo Fin de Máster denominado *Goodreads como eje del Plan de Fomento de la lectura en un Centro de Educación Secundaria. Diseño de una propuesta de lectura social*, ha sido desarrollado respetando la propiedad intelectual (citando las fuentes bibliográficas utilizadas en la redacción de dicho trabajo), así como cualquier otro derecho, por ejemplo el de imagen que pudiese estar sujeto a protección del *copyright*.

En virtud de esta declaración afirmo que este trabajo es inédito y de mi autoría, por lo que me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de la Memoria del Trabajo Fin de Máster, y asumo las consecuencias administrativas y jurídicas que se deriven en caso de incumplimiento de esta declaración.

Y para que así conste, firmo la presente declaración en Alicante, a 20 de mayo de 2018.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M Seguí', with a large, sweeping loop at the end.

Fdo.: María Seguí Moreno

## Índice

<b>1. Introducción.</b>	<b>4</b>
<b>2. Marco teórico.</b>	<b>9</b>
2.1. Cambio de paradigma en la lectura.	9
2.2. Clubes de lectura y redes sociales.	11
<b>3. <i>Goodreads</i>.</b>	<b>15</b>
3.1. Opciones y características.	15
<b>4. Propuesta de uso de <i>Goodreads</i> como parte del Plan de Fomento de la lectura en un centro de secundaria.</b>	<b>22</b>
4.1. Uso de las estanterías.	23
4.2. Escritura de reseñas.	25
4.3. Grupos.	27
4.4. <i>Reading Challenge</i> .	28
4.5. <i>Quizzes</i> .	30
<b>5. Conclusiones</b>	<b>33</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>36</b>

## 1. Introducción.

El fomento de la lectura es uno de los objetivos prioritarios en todas las etapas educativas. Se trata de un objetivo transversal que se debe trabajar en todas las áreas, si bien los departamentos que a menudo ponen más empeño en ello son los de lenguas. El plan de fomento de la lectura vigente, presentado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte es el *Plan de lectura 2017-2020: Leer te da vidas extra*, detalla que el principal objetivo es “el incremento de la demanda lectora mediante la promoción, extensión y consolidación del hábito de la lectura” (p. 3), argumentando que esta “constituye una herramienta imprescindible para transmitir el conjunto de saberes humanos, para dotar a los ciudadanos de recursos necesarios para su desarrollo personal, ensanchar su realidad e incrementar su capacidad de reflexión, comprensión y crítica, en suma, para ser más libres” (p. 3). Para lograr este objetivo, el papel de los centros educativos consiste en llevar a cabo dos actuaciones: “el fomento de la lectura y el desarrollo de la competencia lectora en el alumnado” (p. 33).

Los planes de fomento de la lectura están regulados, a su vez, por cada autonomía. En el caso de la Comunidad Valenciana, por la Conselleria de Educación, en la *Orden 44/2011, de 7 de junio*, que establece los aspectos generales para llevar a cabo este tipo de planes en centros docentes que impartan enseñanzas no universitarias, si bien, en este caso, nos centraremos en la Educación Secundaria Obligatoria.

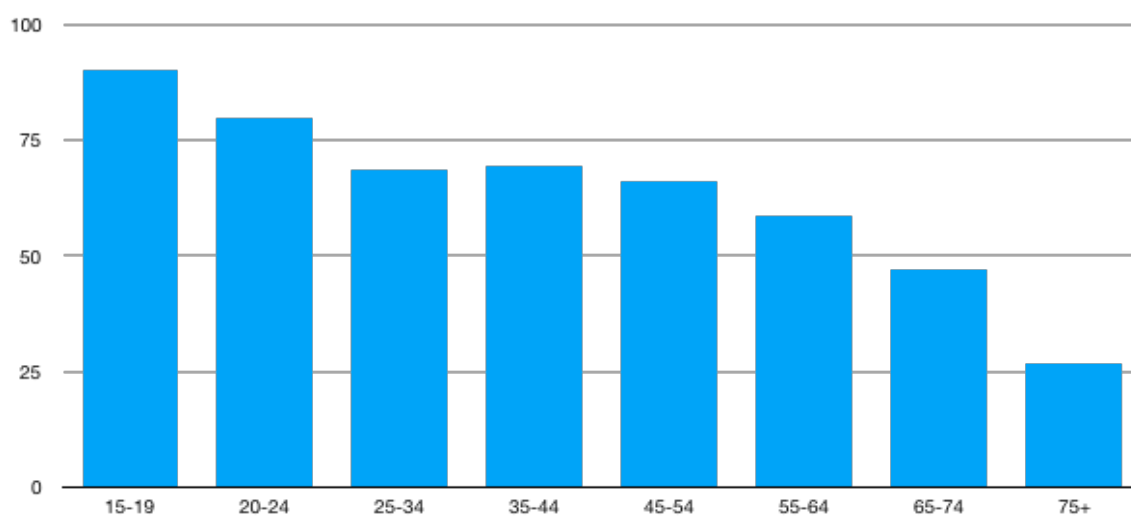
En base a estas regulaciones autonómicas, los propios centros docentes son los agentes encargados de planificar y poner en marcha actividades de promoción de la lectura para tales fines. Para ello, al inicio de cada curso, los centros públicos pueden acogerse a las ayudas que ofrece la Conselleria de Educación para el fomento de la lectura, que deberán dedicarse, principalmente, a la adquisición de fondos bibliográficos y a la realización de actividades de fomento de la lectura o dinamización de la biblioteca.

Como punto de partida, para fijar un objetivo tangible en un plan de este tipo, es necesario analizar cuál es la situación actual de la lectura en nuestro contexto; si las estadísticas de lectura son prometedoras o preocupantes, y si indican que las medidas para fomentarla han dado su fruto hasta la fecha o, por el contrario, han fracasado.

Por una parte, es interesante conocer cuáles son los hábitos de lectura de los estudiantes de Secundaria, pero también es pertinente fijarse en los comportamientos de la sociedad en general, ya que la influencia del contexto sociocultural es crucial para

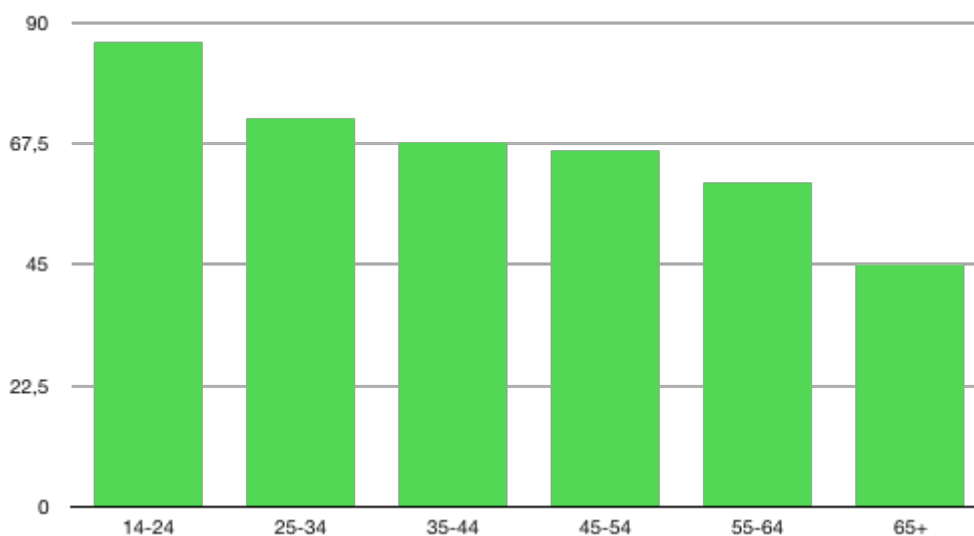
comprender la situación de los más jóvenes, tal y como se extrae del objetivo de “promover la colaboración y participación de las familias y otros miembros de la comunidad educativa del entorno en las actividades derivadas de los planes de fomento de la lectura” (Conselleria de Educación, 2011).

La *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015* del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015), arroja una serie de datos interesantes en este sentido, partiendo de que un 62,2% de los encuestados afirma haber leído algún libro en el último año. Dentro de este 62,2%, llama la atención que el 90,1% de los encuestados de entre 15 y 19 años lo hayan hecho, ya que es un porcentaje muy elevado que podría invitar al optimismo; sin embargo, algo sucede en las franjas de edad superiores, ya que el porcentaje de lectores desciende considerable y progresivamente a medida que la edad de los encuestados aumenta.



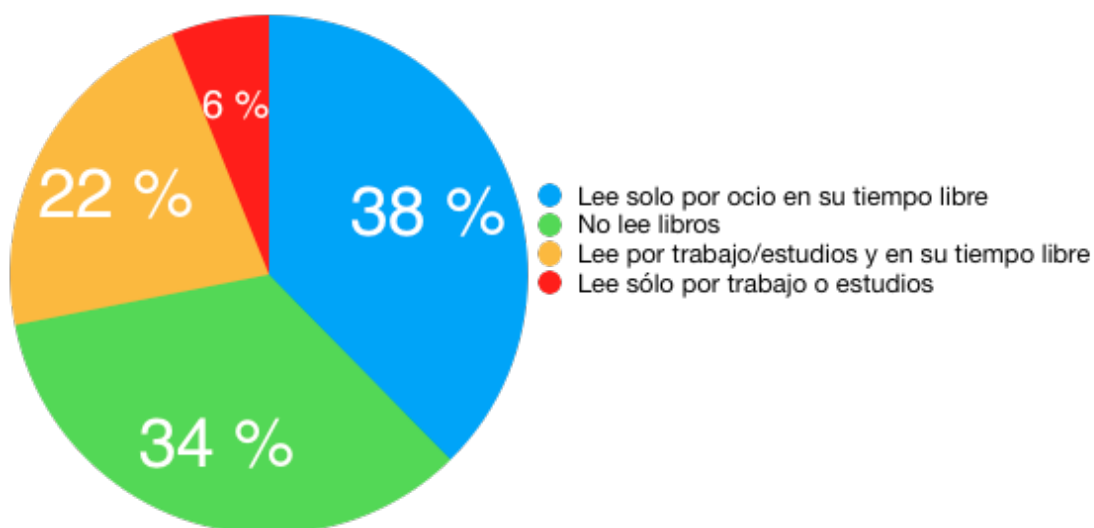
**Tabla 1.** Porcentaje de personas que han leído en el último año, por franja de edad. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*. Elaboración propia.

Esta misma tendencia a la baja es la que muestran los datos más recientes del barómetro *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017*, de la Federación de Gremios de Editores de España.



**Tabla 2.** Porcentaje de personas que han leído en el último año, por franja de edad. Fuente: Federación de Gremios de Editores de España. (2018). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017*. Elaboración propia.

Este mismo estudio detalla los motivos por los que leen los encuestados, en el que destaca que un 40% no lee libros o solo lo hace por trabajo o estudios.



**Tabla 3.** Motivos por los que se lee. Fuente: Federación de Gremios de Editores de España. (2018). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017*. Elaboración propia.

Este barómetro también señala las razones por las que ese 34% que se muestra en la Tabla 3 no lee, entre las que destacan la falta de tiempo con un 47,7% – especialmente en la franja entre los 35 y los 44 años– y la falta de interés o gusto por la lectura –señalada por el 49,4% de los encuestados de 25 a 34 años–.

Los datos relativos a la lectura están relacionados también con la situación laboral de los encuestados, ya que el 95,1% de los estudiantes afirma haber leído al menos un libro en el último año según la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*, y un 93,8% de los mismos lo hacía en 2017, según lo refleja el barómetro de la Federación de Gremios de Editores de España.

Por lo tanto, los estudios van estrechamente ligados a la lectura, pero, ¿continúa este hábito lector tras finalizar los estudios? ¿Leen la mayoría de los estudiantes solo por obligación?

La investigación de Yubero y Larrañaga (2010) apunta a que los estudiantes efectivamente leen, pero “la lectura no les resulta atractiva y no va más allá de un mero instrumento curricular de obligatoria ejecución en la escuela” (p. 8). Esto explicaría el altísimo porcentaje de lectores en edades tempranas y, especialmente, entre los estudiantes, y la bajada de las cifras de lectores a medida que aumenta su edad.

Con el fin de determinar si los estudiantes tienen o no un hábito lector al margen de las lecturas obligatorias de la escuela, Yubero y Larrañaga (2010) analizaron las lecturas de alumnos de los tres últimos cursos de educación primaria, excluyendo los libros de lectura obligatoria –tres por curso, por norma general–. De esta forma, se determinó que un 20% de los alumnos no leen fuera de la obligatoriedad, mientras que un 15,6% de los estudiantes lo hace de forma ocasional y un 64,4% de forma frecuente. En dicho hábito lector influye claramente el contexto familiar y social, ya que “los menores que se encuentran en un entorno socializador lector valoran más la conducta lectora y les gusta más leer” (p. 14).

Con estos datos sobre la mesa, podemos establecer claros objetivos a trabajar de cara a fomentar la lectura y configurar un sólido hábito lector que perdure, frente a la lectura como tarea obligatoria en la escuela, ya que “la lectura obligatoria, que se realiza en contra de la voluntad del lector, puede terminar provocando una reacción de rechazo hacia la lectura” (Yubero y Larrañaga, 2010, p. 16). Una estrategia efectiva de fomento de la lectura debe poner el énfasis en el acercamiento a los libros a través del disfrute y de la socialización de la lectura, de una forma espontánea, que se pueda adaptar a las preferencias de los alumnos e integrarse en sus hábitos culturales, desprendiéndose de la etiqueta de tarea obligatoria vinculada a la escuela.

La mayor red social de lectura, *Goodreads*, puede ser una herramienta muy útil para trabajar en este sentido, en el marco del Plan de Fomento de la Lectura. Por una parte, estar con los amigos en la adolescencia es una de las principales actividades de ocio (Yubero y Larrañaga, 2010) y, por otra, más del 95% de los jóvenes entre 15 y 19 años dispone de ordenador, tablet o smartphone con conexión a Internet (MECD, 2015). *Goodreads* permite aprovechar estas dos circunstancias, integrando las nuevas tecnologías en el fomento de la lectura y, además, proporcionando un espacio en el que explorar su vertiente social. Un espacio en el que compartir gustos y preferencias, debatir y descubrir nuevas lecturas, con el objetivo de generar un clima propicio para que la lectura sea concebida como una opción de ocio atractiva y fomentar que dicho hábito perdure en el tiempo.



## **2. Marco teórico.**

### **2.1. Cambio de paradigma en la lectura.**

Las nuevas tecnologías y su integración en nuestra vida diaria han cambiado notablemente nuestra relación con el entorno y la cultura, en un contexto en el que permanecemos constantemente conectados y ligados a dispositivos tecnológicos. Esta revolución tecnológica también afecta a la lectura, que se encuentra sumergida en un proceso de cambio (Lluch, Escandell, Francés, Baldaquí y Esteve, 2017). A la hora de plantear políticas públicas para el fomento de la lectura surge, con este cambio de paradigma, la necesidad de “utilizar los espacios sociales que Internet ofrece para establecer un diálogo entre los actores que conforman el ecosistema de la lectura” (Lluch, Escandell, Francés, Baldaquí y Esteve, 2017, p. 124), teniendo en cuenta que, en la actualidad, la lectura va más allá del libro en formato papel al que había estado inevitablemente ligada hasta ahora.

Uno de los cambios más significativos, según Lluch (2017), es el relativo a los espacios asociados a la lectura, ya que “se han reemplazado los espacios tradicionales donde habitualmente se practicaba la lectura (la escuela y la biblioteca) por la Red” (p. 32). Además, esta autora señala cómo la influencia de las redes sociales e Internet ha acabado por romper con la hegemonía de las escuelas sobre la lectura y el papel de los profesores como prescriptores de libros. Algunos adolescentes han optado por convertir la lectura en un acto social, a través de la creación de espacios virtuales en los que intercambiar opiniones, escribir o pedir recomendaciones.

Los datos del barómetro *Hábitos de lectura y compra de libros 2017* de la Federación de Gremios de Editores en España (2018) muestran que, efectivamente, la red se ha convertido en uno de los principales espacios de recomendación de libros, ya que un 31,1% de los encuestados lectores, de todas las edades, afirmaban obtener recomendaciones a través de páginas web especializadas en la literatura, solo por detrás de las recomendaciones de amigos y familiares (53,3%).



**Tabla 4.** Influencia en la compra de los libros. Fuente y elaboración: Lluch, G. (2017). Cuando los adolescentes y los jóvenes tomaron la lectura. *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Fundación Telefónica. 31-35.

En cuanto a los jóvenes, también las fuentes de recomendaciones han variado, ya que los datos de 2011 mostraban que confiaban sobre todo en sus iguales a la hora de escoger un libro pero, en la actualidad, aparecen otras influencias estrechamente vinculadas a la red (Tabla 4), como *Goodreads*. En este sentido, cabe señalar que en esta red social probablemente los adolescentes estén en contacto, principalmente, con sus iguales, por lo que la fuente de recomendaciones no ha variado, sino que lo ha hecho la vía por la que dicha recomendación se ha comunicado.

Otro de los cambios sustanciales que han traído las nuevas tecnologías, y que está estrechamente relacionado con la socialización de la lectura es la lectura transmedia. Según Scolari (2016), “una narrativa transmedia es un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas” (p. 176). Un ejemplo sería cualquier novela que haya sido adaptada al cine y, posteriormente, convertida en videojuego. Pero en las narrativas transmedia también destaca el papel de los lectores, gracias a las comunidades virtuales, acaban siendo consumidores activos, agentes que comparten opiniones, participan de la narrativa e incluso son capaces de transformarla, a través de la creación de obras relacionadas.

En la actualidad, los datos apuntan a que la sociedad en conjunto lee menos libros, en este nuevo ecosistema lector, pero parece que la lectura y la composición de textos breves –principalmente vinculados a redes sociales y clientes de mensajería instantánea– no son incompatibles con los libros extensos (Scolari, 2016). El perfil del lector se ha diversificado y las tecnologías han proporcionado un ecosistema propicio para ello.

En resumen, el nuevo concepto de lectura derivado de la integración de las nuevas tecnologías en la sociedad resulta complejo de definir. La lectura ya no se encuentra estrechamente vinculada a los libros en papel, sino que, por ejemplo, jugar a un videojuego nos puede conducir a leer una novela, en un escenario en el que distintas formas de producción cultural se encuentran interrelacionadas. Las redes sociales, además, son un espacio en el que compartir opiniones y obtener recomendaciones, en contacto con personas cercanas que conocemos en persona o con usuarios con intereses comunes. El lector ya no es un mero receptor, sino que opina, debate, participa y produce nuevos textos a partir de una lectura.

Es este nuevo y enriquecido rol del lector, un lector implicado y activo, es el que resulta interesante trabajar con los estudiantes de secundaria, combinando libros, narraciones transmedia y producciones propias, para lograr que se consolide el hábito lector.

## **2.2. Clubes de lectura y redes sociales.**

En términos de socialización de la lectura o lectura colaborativa, que Córdón y Gómez (2013) definen como “aquella que se desarrolla en plataformas virtuales configurando una comunidad que desarrolla formas de intercambio diversas, compartiendo comentarios, anotaciones, valoraciones, etiquetas y, en algunos casos, libros y lecturas”, encontramos dos espacios destacables: los clubes de lectura y las redes sociales.

Por una parte, encontramos los clubes de lectura tradicionales que son, básicamente, grupos de personas que se reúnen con la intención de intercambiar impresiones sobre lecturas pactadas (Arana y Galindo, 2009). Arana (2016) afirma que los clubes de lectura presenciales –especialmente en el ámbito educativo y en librerías–

han ganado popularidad en los últimos tiempos, gracias en gran parte a su función cultural, integradora, formativa y terapéutica. En términos didácticos, en un club de lectura se fomenta la comprensión lectora y se ejercita el debate desde la oralidad.

Moreno (2017), por su parte, destaca la utilidad de los clubes de lectura virtuales en el contexto de la Web 2.0, dada la importancia de la lectura social, que surge de la necesidad de compartir opiniones sobre las obras leídas –tanto el descubrimiento de una joya como la decepción–. Sin embargo, Arana (2016) considera que la capacidad de generar un sentimiento de pertenencia es menos efectiva en los clubes virtuales, si bien estos son muy útiles para la prescripción de nuevas lecturas. Es destacable que, mientras que en un club presencial el debate se produce oralmente, en un club virtual se ejercita también la escritura y, además, se trabajan las referencias hipertextuales.

Rovira-Collado (2015) destaca que las redes sociales son fundamentales como espacio de difusión de la literatura infantil y juvenil, ya que ofrecen nuevas formas de participación en las obras y han configurado un nuevo escenario en el que los lectores interactúan, participando en el concepto de la lectura social o colaborativa. Si bien en las redes sociales generalistas, como *Facebook* –en perfiles, páginas o grupos– o *Twitter* –en perfiles o a través de *hashtags*–, también tiene cabida la lectura, las redes sociales específicas aportan una experiencia mucho más rica al lector ávido que busca su sitio en una comunidad virtual.

Las redes sociales dedicadas a la lectura ofrecen al usuario la posibilidad de buscar libros y visualizar opiniones sobre los mismos, además de realizar comentarios al respecto. Asimismo, permiten que cada usuario cree sus propias comunidades, añadiendo amigos, ya sean personas conocidas en realidad o usuarios con intereses similares. Otro de los aspectos más interesantes de las redes sociales son las recomendaciones –generadas automáticamente a través de un algoritmo o hechas por otros usuarios–. También se dan, en algunas de estas redes, opciones de gamificación, como trivias o retos. Otra de las opciones que pueden existir es la de crear grupos, que pueden tener cualquier finalidad relacionada con la lectura, desde debatir sobre un autor y sus novedades a funcionar como un club de lectura sobre un género específico.

La diferencia entre un club y una red social de lectura reside, básicamente, en la coordinación y los tiempos. En un club, alguien es el encargado de seleccionar los libros

y los tiempos para su lectura, moderar los debates, planificar actividades y generar un buen clima entre los miembros, en términos generales. Sin embargo, los usuarios que prefieren gestionar sus propios tiempos de lectura o no disponen del tiempo necesario para participar en un club de lectura pueden participar en la lectura social y colaborativa a través de las redes sociales. En resumidas cuentas, una red social de lectura permite que un usuario participe en la lectura social en cualquier momento y desde cualquier lugar, de una forma flexible, adaptándose a sus preferencias y necesidades.

Los adolescentes han sido los encargados de cambiar el modelo de lectura para que se ajuste a sus preferencias, erigiéndose así en fuente de autoridad, apoderándose de las tareas de los adultos y configurando un nuevo canon (Lluch, 2017). Partiendo de esto, y teniendo en cuenta que se desenvuelven con soltura en la red, se entiende que las obras en torno a la que más actividad se genera en la red pertenezcan a literatura infantil y juvenil. Es lo que se denomina Literatura Infantil y Juvenil en la web social o LIJ 2.0 (Rovira-Collado, 2015).

Rovira-Collado (2015), asimismo, afirma que las redes sociales de lectura son “la máxima expresión de la lectura social”, ya que son una muestra del interés por interactuar con otros lectores. “Dichos espacios”, añade, “demuestran que las redes sociales no son solo una distracción y pueden aprovecharse para fomentar la lectura” (p. 110). En este sentido, las posibilidades de las redes sociales de lectura son muy variadas, por lo que, desde el punto de vista de la didáctica, ofrecen un amplio abanico de opciones para el fomento de la lectura –que, generalmente, además, se desarrollan a través de la escritura–, según las necesidades del docente, que toma un papel de coordinador, supervisor y dinamizador.

En la actualidad, existen distintas redes sociales de lectura destacables. De acuerdo con Rovira-Collado y Sánchez-García (2017), las principales son, por número de usuarios, las estadounidenses *Goodreads* y *LibraryThing*, mientras que en España destacan *Lecturalia* y *Entrelectores*.

*Goodreads* como eje del *Plan de Fomento de la lectura* en un Centro de Educación Secundaria.  
Diseño de una propuesta de lectura social.

Nombre	Número de usuarios/as			Origen	Año creación	Dirección
	2015	2016	2017			
<b>Entrelectores</b>	49.230	60.000	+120.000	España	2010	<a href="http://www.entrelectores.com">www.entrelectores.com</a>
<b>Lecturalia</b>	67.904	74.588	+77.700	España	2009	<a href="http://www.lecturalia.com">www.lecturalia.com</a>
<b>LibraryThing</b>	1,7M	1,9M	2,1M	EEUU	2005	<a href="http://www.librarything.com">www.librarything.com</a>
<b>GoodReads</b>	23M	40M	65M	EEUU	2006	<a href="http://www.goodreads.com">www.goodreads.com</a>

**Tabla 5.** Evolución de las redes sociales de lectura. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Rovira-Collado y Sánchez-García (2017).

Teniendo en cuenta que *Goodreads*, la red social de lectura de Amazon, es la que cuenta con un mayor número de usuarios y ofrece un gran abanico de opciones, esta propuesta se centrará su uso como herramienta para el fomento de la lectura en el aula.

### 3. *Goodreads*.

*Goodreads* es una red social de lectura fundada en 2007 por Otis Chandler. Su objetivo es, según su propio sitio web, “ayudar a la gente a encontrar y compartir libros que aman<sup>1</sup>”. En 2013 la red social fue adquirida por Amazon, el gigante del comercio electrónico, en el que los libros tienen un peso considerable –vende, según datos de Author Earnings (2016), cerca de un millón de ebooks y más de 900 mil libros impresos al día–.

A pesar de esta adquisición, la red social ha seguido manteniendo sus características. En la actualidad, *Goodreads* –según informa en su web– cuenta con 65 millones de miembros, 2 mil millones de libros y 68 millones de reseñas publicadas.

Según datos obtenidos a través de Quantcast, en el primer trimestre de 2018 *Goodreads* recibió más de 232 millones de visitas. En cuanto a los datos demográficos de los visitantes, el 77% de los usuarios que vieron la página eran mujeres, frente a un 23% de hombres. En términos de edad, un 16% tenían entre 13 y 17 años, y un 15% entre 18 y 24 años. Entre los países que más visitaron *Goodreads*, España se encuentra en la decimocuarta posición, con más de 429 mil visitas.

Las funciones principales de esta red social de lectura, según su propia web, son:

- Ver lo que tus amigos están leyendo.
- Hacer el seguimiento de los libros que estás leyendo, has leído, y quieres leer.
- Visualizar recomendaciones de libros personalizadas. [...]
- Descubrir si un libro es una buena elección a través de las reseñas de la comunidad.<sup>2</sup>

Es importante destacar que la interfaz de *Goodreads*, por ahora, sólo se encuentra disponible en inglés, por lo que todas las categorías tratadas están en este idioma, a pesar de que encontramos usuarios de distintos países y reseñas en múltiples idiomas.

#### 3.1. Opciones y características.

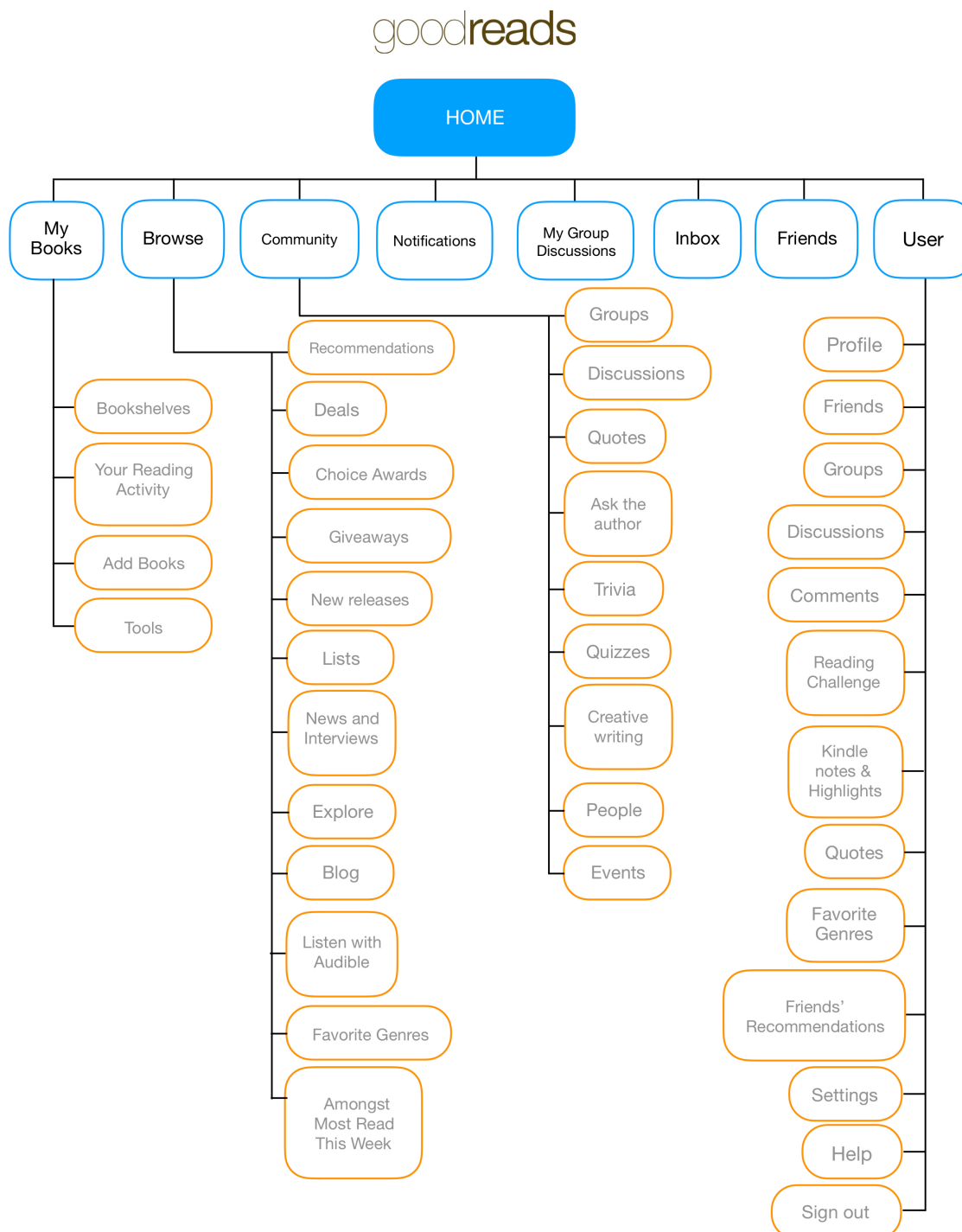
La Figura 1 es un mapa simplificado del sitio web, que permite visualizar de forma sencilla y jerarquizada las opciones y niveles que la red social presenta, en los

---

<sup>1</sup> Traducción propia.

<sup>2</sup> Traducción propia.

que, a continuación, profundizaremos con la intención de conocer todas las posibilidades que esta red social ofrece para el fomento de la lectura.

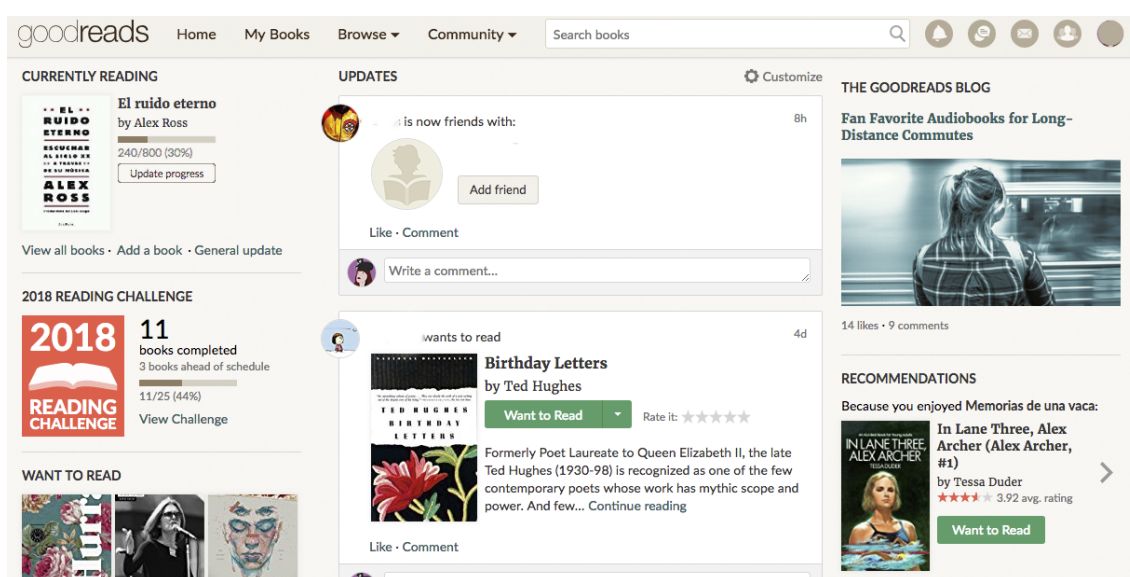


**Figura 1.** Mapa del sitio web de *Goodreads*. Elaboración propia.

Una vez un usuario se ha registrado, de forma gratuita, accede al *Home* o página principal. Esta página se encuentra dividida en tres columnas. En la primera, a la



izquierda, aparece la información relativa al propio usuario: los libros que está leyendo actualmente (*Currently Reading*), los que quiere leer (*Want to Read*) y sus estanterías (*Bookshelves*) que incluyen, además de las dos categorías anteriores, los libros ya leídos. En la columna central se encuentran las novedades, principalmente las últimas publicaciones de los contactos. Por último, en la columna derecha, aparece información de *Goodreads*: las últimas publicaciones en el blog, recomendaciones y galardones (*Goodreads Choice Awards*).



**Figura 2.** Página principal del sitio web de *Goodreads*. Captura de pantalla.

Profundizando en la información que se muestra en la pantalla de inicio, accedemos en el menú a *My books* (mis libros), donde el usuario encontrará sus estanterías o *bookshelves* (libros leídos, leyendo actualmente y que quiere leer), información y estadísticas sobre su actividad lectora (*Your Reading Activity*), la opción de añadir libros (*Add books*) y herramientas (*Tools*).

En las estanterías, el usuario puede añadir libros en base a las categorías que aparecen, principalmente para hacer un seguimiento de los libros que ha leído, para archivar los que quiere leer y mostrar cuáles está leyendo actualmente. El usuario puede opinar sobre los títulos que ha leído, otorgándoles una puntuación sobre 5 estrellas y, opcionalmente, escribiendo una reseña. Esta información se guarda para generar estadísticas sobre la actividad lectora, que se muestran en gráficas detalladas

anualmente, por número de libros, número de páginas o incluso fecha de publicación de los libros leídos.

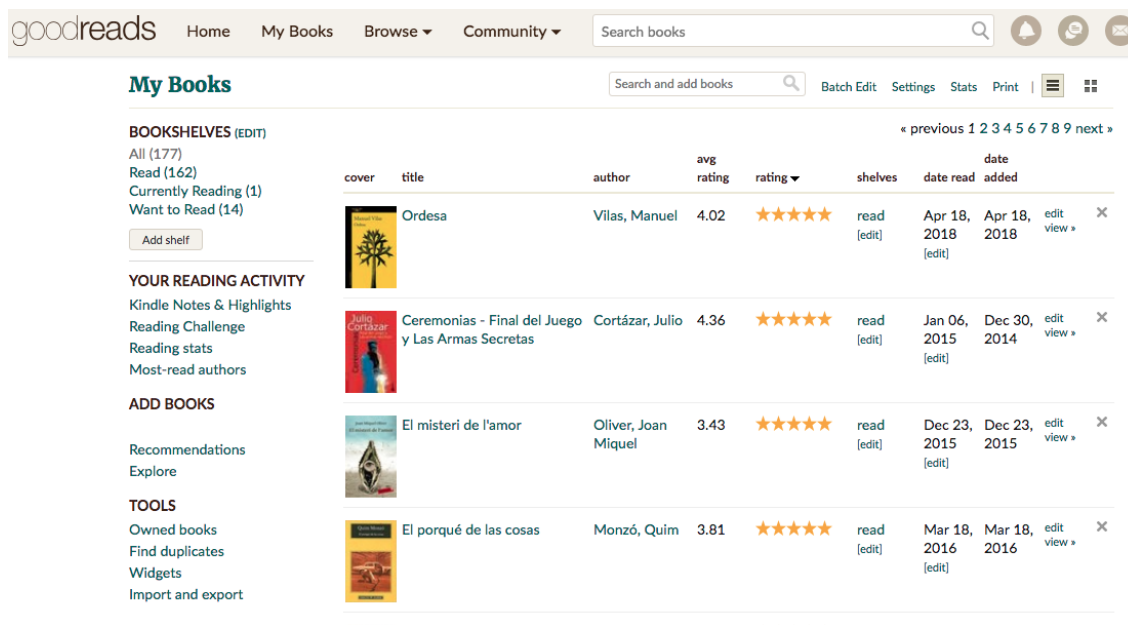


Figura 3. Página My books en Goodreads. Captura de pantalla.

Bajo el epígrafe de actividad lectora también se encuentra el reto lector o *Reading Challenge*, un número determinado de libros que el usuario fija como objetivo a leer durante un año. Aquí la aplicación muestra el progreso del reto y su evolución, además de los retos de los contactos del usuario, una forma sencilla de gamificación o competición lectora.

La siguiente sección en el menú principal es *Browse* o, en español, navegar. Dentro de ella se encuentran, en primer lugar, las recomendaciones. Las recomendaciones de *Goodreads* se basan en un algoritmo que analiza la información que el usuario aporta para proporcionarle sugerencias que se ajusten a sus preferencias literarias. Estas recomendaciones se agrupan, principalmente, por género, en base a los libros archivados en las distintas estanterías del usuario y la puntuación que este le ha otorgado a los títulos que ya ha leído. También encontramos la página de *Deals* u ofertas, que solo se encuentra disponible para los usuarios en Estados Unidos. A continuación, aparece el apartado *Choice Awards*, unos galardones que la red social otorga, en distintas categorías, a los libros más votados por la comunidad de *Goodreads*.

A continuación, aparece la opción *Giveaways*, un apartado en el que los autores, generalmente, ofrecen ejemplares de sus libros para que sean sorteados, una forma de promocionar a autores noveles o nuevos lanzamientos. En *New Releases* se muestran los títulos de reciente lanzamiento, organizados por mes. También encontramos listas (*Lists*), clasificaciones o rankings en base a premisas que un usuario propone, y en los que el resto de la comunidad puede votar. Por último, aparecen los apartados noticias y entrevistas (*News y Interviews*), explorar (*explore*) y el blog de *Goodreads*, así como la opción de acceder al catálogo de audiolibros de Audible (*Listen with Audible*), junto con la opción de buscar entre los géneros favoritos en la red (*Favorite Genres*) o visualizar los títulos más leídos durante la semana (*Amongst Most Read This Week*).

Otra sección que encontramos en el menú principal es la de la comunidad (*Community*). En ella se encuentran algunas de las características que fomentan la interacción en la red social. En primer lugar, aparecen los grupos (*Groups*). Los grupos son creados por los usuarios, con una descripción que los acompaña. Pueden versar sobre un género concreto, girar entorno a un título concreto –a modo de club de fans– o tratar sobre cualquier otra cuestión. A la hora de crear un grupo, el usuario debe elegir un nombre y una descripción, crear unas normas si lo considera necesario, y elegir sobre qué tema tratará el grupo –entre las categorías “Libros y literatura”, “Negocios”, “Entretenimiento y artes”, “Geografía”, “Autores de *Goodreads*”, “Solo por diversión”, “Organizaciones” o “Grupos de estudiantes”–. Un grupo puede ser abierto al público, restringido –con verificación vía email–, privado –el moderador o moderadores acepta a nuevos miembros– o secreto –no aparece en las búsquedas y los miembros acceden únicamente por invitación del equipo de moderación–.

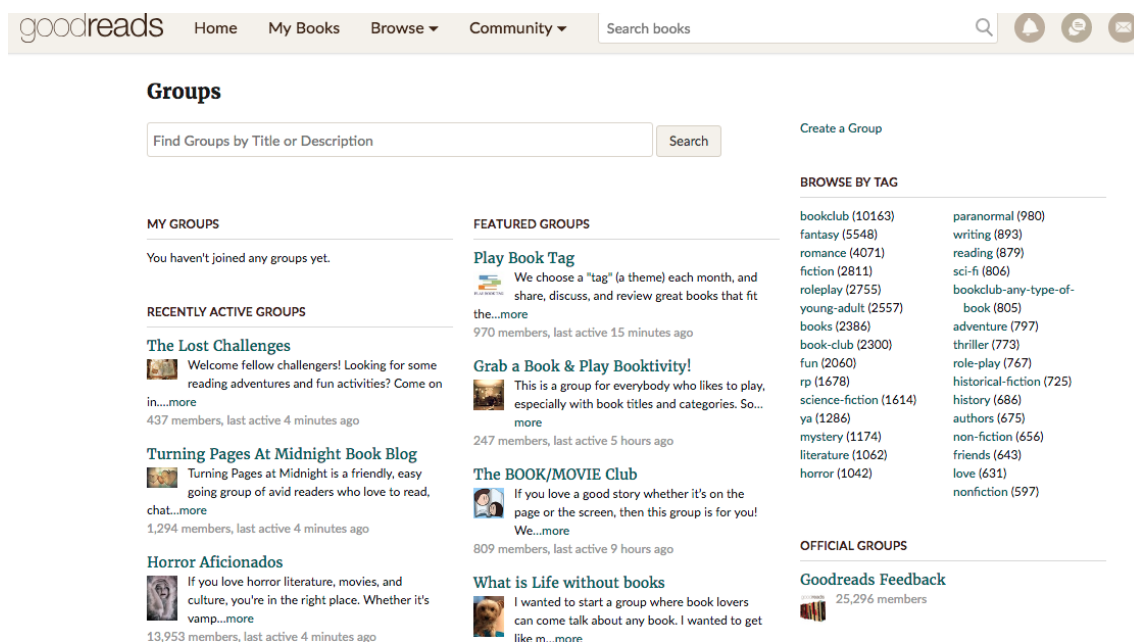


Figura 4. Vista de la página Groups en Goodreads. Captura de pantalla.

En la barra principal encontramos también la cajetilla de búsqueda. Para buscar un libro y acceder a su ficha, que incluye gran cantidad de información –título, autor, sinopsis, portada, valoración media, número de valoraciones, número de reseñas, reseñas...–, es suficiente con teclear en la cajetilla de búsquedas el nombre del autor, el título del libro o su ISBN.

La siguiente opción en el menú es *Discussions* o debates, en el que los usuarios proponen y participan un debate abierto sobre un libro en particular. A continuación aparece el apartado de citas (*Quotes*), en el que se recogen las citas extraídas de libros más populares en *Goodreads*, así como las destacadas por los amigos, las añadidas recientemente o las destacadas de los autores que el usuario ha leído. En el apartado *Ask the Author* (pregunta al autor), los usuarios pueden lanzar preguntas a los autores que están presentes en *Goodreads* y se ofrezcan para participar –actualmente, todos de habla inglesa–. Las opciones que aparecen a continuación son juegos. En *Trivia* (trivial), se muestra un juego sin fin de preguntas –en inglés– con distintas opciones, en el que los resultados del usuario se van acumulando y generando estadísticas. Por otra parte, en *Quizzes* (concursos de preguntas), los usuarios pueden crear distintas preguntas tipo test, con opciones de respuesta, sobre cualquier libro, autor o género, a los que toda la comunidad puede acceder. En el apartado *Creative Writing* (escritura creativa), los

usuarios pueden subir sus propios textos, por lo general *fan-fictions*, y ponerlos a disposición de la comunidad para su lectura. En *People* (gente) aparecen los usuarios más populares en la red social en base a su actividad –los que más leen, más reseñas publican, etc.–. Por último, en *Events* (eventos) la comunidad comparte eventos relacionados con la lectura, como eventos con autores, reuniones de clubes de lectura o intercambios de libros.

En resumen, estas son las principales características y opciones de la red social, además de las opciones básicas generales de cualquier red social en términos de gestión de cuenta y perfil del usuario.

Las opciones que *Goodreads* presenta son muy útiles para la didáctica de la lengua y la literatura, así como para el fomento de la lectura. Por una parte, una red social puede proporcionar un espacio para el desarrollo de la lectura social pero, además, a través de las reseñas, los concursos de preguntas y los debates, entre otros, se propicia que el alumno trabaje la expresión escrita y se facilita la supervisión de la comprensión lectora. Resulta interesante, además, poder obtener información sobre los libros que leen los alumnos, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Sin embargo, *Goodreads* también cuenta con varias limitaciones. La primera y más evidente es el hecho de que la interfaz solo se encuentre disponible en inglés. Los menús son sencillos, pero habría que comprobar que los alumnos comprenden todas las opciones del menú para que se puedan manejar por las páginas de la red social sin problemas. Esto es, a su vez, una ventaja y una desventaja, ya que los profesores de inglés pueden utilizar la herramienta para fomentar la lectura en este idioma y, además, trabajar el vocabulario relacionado con ella.

Por otra parte se encuentra la propiedad del sitio, que es una limitación de tipo ético. *Goodreads*, como se ha mencionado anteriormente, es, en la actualidad, propiedad de Amazon. Por tanto, toda la información que los usuarios vuelcan en la red social es recabada y utilizada posteriormente por la empresa de comercio electrónico para personalizar anuncios, fomentar las ventas y, en definitiva, contar con un perfil detallado de las preferencias y hábitos lectores de los usuarios con fines meramente comerciales. En este sentido, a la hora de trabajar en las aulas, lo ideal sería contar con una plataforma similar a *Goodreads* gestionada por un ente público.

#### **4. Propuesta de uso de *Goodreads* como parte del Plan de Fomento de la Lectura en un centro de secundaria.**

Muy pocas investigaciones muestran cómo trabajar en el aula con esta herramienta y sus resultados, si bien en *The Impact of Virtual Literacy Communities in an English Language Arts Classroom: A Case Study Using Goodreads*<sup>3</sup> encontramos un estudio de caso elaborado por Matthew D. Duvall en 2017. Este estudio de caso se llevó a cabo durante un curso con estudiantes con dificultades en la lectura del *12th Grade* americano, el equivalente a 2º de Bachillerato en España, con la intención de determinar si el uso de *Goodreads* podría influir en sus hábitos lectores. Si bien el estudio concluye en que este no cambió sus conocimientos literarios o su interés por la literatura, parece que los alumnos sí se mostraron más receptivos a la hora de realizar actividades relacionadas con textos literarios, como la lectura en voz alta o la redacción de reseñas. Además, Duvall (2017) destaca la importancia del uso de *Goodreads* por parte de los profesores como herramienta para recopilar datos acerca de los hábitos lectores y los intereses de los alumnos.

En este sentido, la propuesta de aplicación de *Goodreads* para el fomento de la lectura debe aplicarse en un centro y trabajarse a largo plazo, es decir, debe desarrollarse plurianualmente, y de forma transversal para que sea efectiva, ya que únicamente de esta forma se puede obtener información suficiente sobre los hábitos lectores de los alumnos y sus preferencias. Por lo tanto, esta propuesta debería ser implementada por todos los departamentos de lenguas de un centro, ya que las dinámicas se pueden realizar en cualquier idioma y en ellas se trabajan tanto la comprensión lectora como la escritura. Su implementación puede llevarse a cabo de forma progresiva, implicando a todos los niveles, con la finalidad de que los alumnos se familiaricen con la red social y la utilicen a largo plazo, con el objetivo último de que se sientan motivados por la lectura y continúen leyendo tras finalizar sus estudios obligatorios.

---

<sup>3</sup> El impacto de las comunidades virtuales de lectura en una clase de Lengua y Literatura Inglesa: Un estudio de caso usando *Goodreads*. Traducción propia.

El objetivo no es, directamente, conseguir que los estudiantes lean más, ya que el uso de una red social por sí difícilmente repercutirá en la cantidad de libros que lean los alumnos; *Goodreads* sí puede servir para añadir elementos que puedan ser atractivos para el alumno, al proporcionar un espacio de lectura social y, además, gracias a los datos recolectados, facilitará a los profesores la selección de libros obligatorios o la implementación de nuevas estrategias para el fomento de la lectura.

Para comenzar, los Términos y Condiciones de *Goodreads* especifican que la red social está dirigida únicamente a los alumnos de 13 años o más. Por lo tanto, lo ideal sería que, tan pronto como todos los alumnos del curso tengan esta edad, en 2º de ESO, se creen su propia cuenta de *Goodreads*. Los profesores toman el papel de coordinadores y dinamizadores, para lo que deben tener su propia cuenta y agregar a sus alumnos como amigos, y así poder visualizar su actividad.

A continuación se proponen distintos usos de la red social para el fomento de la lectura y la gestión y evaluación de las lecturas obligatorias, partiendo de un uso básico de la red social y profundizando en distintas opciones que pueden resultar útiles en términos de evaluación.

#### **4.1. Uso de las estanterías.**

En primer lugar, los alumnos deben familiarizarse con la interfaz de la red social guiados por un profesor. Pueden comenzar añadiendo a sus estanterías los libros que recuerden haber leído y otorgarles una puntuación sobre 5 estrellas, para lo que deberán aprender a utilizar la búsqueda de libros y el sistema de puntuación, así como conocer el uso de las distintas estanterías. Ya que la propuesta se plantea con un desarrollo plurianual, a medida que los alumnos vayan pasando de curso no será necesario realizar todas estas explicaciones, sino que será suficiente con hacer un recordatorio de que deben seguir añadiendo los libros que lean.

La primera tarea que pueden realizar los alumnos durante el curso consiste en ir añadiendo a leídos y puntuando todos los libros que lean, en cualquier departamento. Es recomendable invitarles a hacerlo también con sus lecturas por ocio. Para ello, deberán utilizar el buscador, que se encuentra en la parte superior de la página, introducir el nombre del autor, el título del libro o su ISBN, y acceder a la ficha. En la ficha de cada

libro (Figura 5) aparece diversa información sobre el mismo: título, autor, número de páginas, fecha de publicación, editorial e ISBN, junto con su sinopsis. Del mismo modo, se muestra información proporcionada por la comunidad, como la media de puntuación que ha obtenido sobre cinco estrellas, el número de puntuaciones recibidas (*Ratings*) y las reseñas (*Reviews*) publicadas. Además, el usuario puede marcar el libro como leído (*Read*), marcar que está leyéndolo (*Currently Reading*), que quiere leerlo (*Want to Read*) o añadirlo a alguna de sus estanterías (*Add shelf*).



**Figura 5.** Ficha de *Luces de bohemia* en Goodreads. Captura de pantalla.

Por otra parte, se puede compartir un libro en las redes sociales generalistas, a través de los botones para compartir en Facebook o Twitter, ver libros relacionados (*Readers also enjoyed*), el género o géneros a los que pertenece la obra (*Genres*) o ampliar información sobre el autor (*About*).

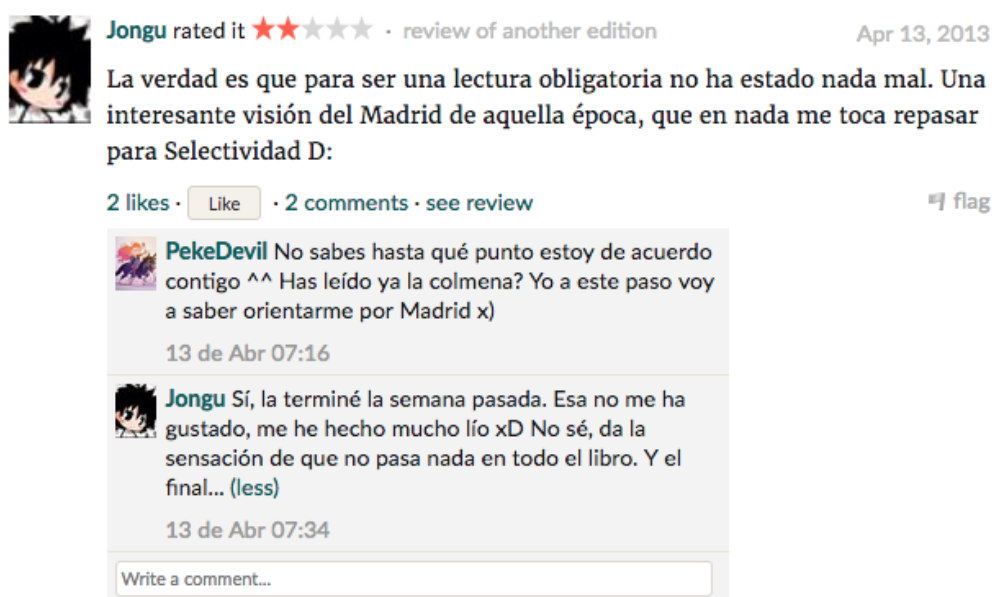
Al tratarse de una red social con gran cantidad de miembros, en *Goodreads* lo habitual es que los libros populares cuenten con un gran número de votos y reseñas. En el caso del libro que se muestra en la Figura 5, *Luces de bohemia*, una de las lecturas recomendadas para 2º de Bachillerato, en la ficha se muestra una puntuación basada en 4.122 votos y se pueden leer 132 reseñas, casi todas ellas en español.



El uso de las estanterías puede tener varias utilidades educativas. Por una parte, los profesores tienen a su disposición datos sobre los hábitos de lectura de sus alumnos y sus opiniones sobre los libros que han leído. Por otra parte, la creación del espacio de lectura social permite que los alumnos puedan ver las opiniones de sus compañeros y los libros que han leído, algo que puede conducirles a iniciar una nueva lectura o a debatir sobre su opinión al respecto de un libro obligatorio.

## 4.2. Escritura de reseñas.

Además de puntuar los libros, los alumnos pueden escribir sus propias reseñas sobre las lecturas obligatorias. Estas reseñas pueden convertirse en un elemento para la evaluación, siempre y cuando los alumnos cuenten con unas pautas para redactarlas. De esta forma, trabajan la escritura y demuestran si han comprendido el texto pero, a su vez, lo hacen en un espacio abierto, en el que puede surgir el debate entre compañeros – o también propiciado por el profesor–.



**Figura 6.** Comentarios en la sección de reseñas de *Luces de bohemia*. Captura de pantalla.

Para utilizar las reseñas como herramienta de evaluación, el profesor debe encargarse de supervisar su escritura, en términos de ortografía, gramática y estructura, así como de revisar que el nivel de profundidad de la reseña sea suficiente como para que quede demostrado que la lectura del libro ha sido efectiva. Un aspecto interesante es

que *Goodreads* ofrece la opción de ocultar en un primer vistazo –es necesario pinchas sobre ellas para leerlas– las reseñas que contienen *spoilers*, es decir, aquellas reseñas que pueden destripar la trama del libro. De esta forma, si la reseña requerida debe tratar la totalidad de la obra, desde su inicio hasta el final, esto no supondrá un problema para los usuarios que no hayan leído el libro.

Las reseñas, además, permiten que el profesor conozca la opinión de sus alumnos sobre los libros de lectura obligatorios o recomendados en clase, detectar si una obra ha resultado demasiado compleja para los alumnos y si se ha trabajado adecuadamente en el aula (Figura 7).



**Figura 7.** Comentario en la sección de reseñas de *Luces de bohemia*. Captura de pantalla.

Otro de los aspectos relevantes a tener en cuenta en el caso de que se reseñe una lectura obligatoria es la fecha de publicación. Para evitar que los alumnos escriban sus reseñas a partir de las de sus compañeros o las ya publicadas, es recomendable que el profesor plantee que todas se publiquen en una fecha concreta, o que se compruebe que son originales.

Pero no solo resulta útil en términos de evaluación de lecturas obligatorias, sino que también se puede pedir a los alumnos que escriban reseñas sobre los libros que lean por ocio, preferiblemente de forma voluntaria. Esta actividad puede servir tanto para comprobar que los alumnos solo añaden libros que hayan leído como para supervisar que la lectura se ha realizado de forma competente o para que el profesor pueda conocer nuevas lecturas que puedan ser de interés. A su vez, se fomenta la práctica de la escritura, así como la capacidad de síntesis y el espíritu crítico de los alumnos.

### **4.3. Grupos.**

Una de las dinámicas más interesantes a realizar en la red social es la creación de grupos. El profesor puede crear y moderar un grupo con cada clase o nivel, y utilizarlo para fomentar el debate y la lectura social. En este caso, las posibilidades son muy amplias, pero la finalidad es que los alumnos se interesen por la literatura y compartan sus opiniones en este foro. Fomentar la interacción en relación con la lectura puede aumentar el interés de los alumnos por la materia, así que se puede tratar todo tipo de temas, desde sus lecturas preferidas, pasando por sus opiniones sobre las lecturas obligatorias, hasta sugerencias para nuevas lecturas en el aula o propuesta de actividades, etc. Por otra parte, pueden compartir también en este espacio sus aportaciones a la red social como reseñas, valoraciones o *quizzes* que hayan creado.

El profesor es el encargado de moderar los comentarios en el grupo y de dinamizar el debate, para lo que puede recurrir a publicar novedades, eventos o materiales de todo tipo, siempre que considere que son adecuados para invitar a los alumnos a la participación. También puede recurrir a tareas sencillas, por ejemplo hacer que periódicamente cada alumno o grupo de alumnos comparta información relacionada con la lectura, recomiende un libro, profundice en las lecturas recomendadas que le hace *Goodreads*, enlace a un *booktrailer* o un *booktuber*, etc.

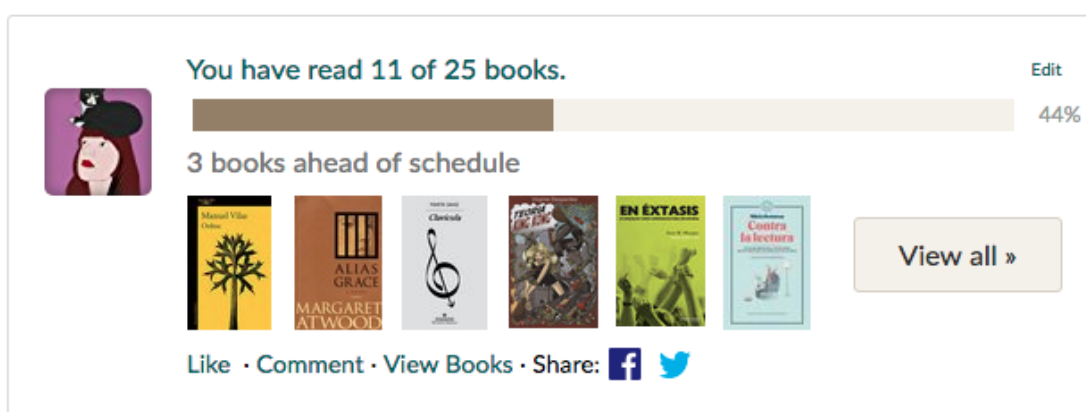
#### 4.4. Reading Challenge.



**Figura 8.** Datos sobre el 2018 Reading Challenge en Goodreads. Captura de pantalla.

Añadir un reto relacionado con la lectura puede servir para motivar a los alumnos. En el *Reading Challenge*, cada alumno puede retarse a sí mismo a leer un número determinado de libros durante el año, o incluso el profesor puede retar a toda una clase, proporcionando la cifra del reto. Este reto es una de las dinámicas más populares de *Goodreads* (Figura 8), con más de dos millones y medio de participantes y una media de 50 libros propuestos como meta.

Esta dinámica puede ser un incentivo para que los alumnos vayan añadiendo a la red social también los libros que leen por placer y, en el escenario más optimista posible, puede motivar a los estudiantes a leer más para ocupar una mejor posición con respecto a sus compañeros. En la página *Reading Challenge* podrán ver tanto su evolución (Figura 9) como la de sus amigos.



**Figura 9.** Evolución propia en el *Reading Challenge* de Goodreads. Captura de pantalla.

Evidentemente, el profesor debe establecer una serie de criterios que permitan verificar la lectura de los libros que se añaden, ya que una puntuación sobre 5 estrellas no es suficiente para probarla. En este sentido, se puede solicitar a los alumnos que escriban reseñas sobre todos los libros que hayan leído o utilizar cualquier otro recurso de evaluación, como que se presente brevemente el libro ante la clase.

Además de añadir un punto de gamificación a la lectura, permite también que el profesor obtenga datos relevantes sobre los hábitos de lectura de sus alumnos: cuántos libros leen habitualmente, qué tipo de libros son, si leen por ocio solo durante las vacaciones o también durante el curso, detectar a los alumnos con menos afición por la lectura, etc.

En el perfil de cada alumno, con el tiempo, se podrá consultar su evolución en el *Reading Challenge* a través de los años o, lo que es lo mismo, cuántos libros ha leído cada año y cuáles han sido (Figura 10).



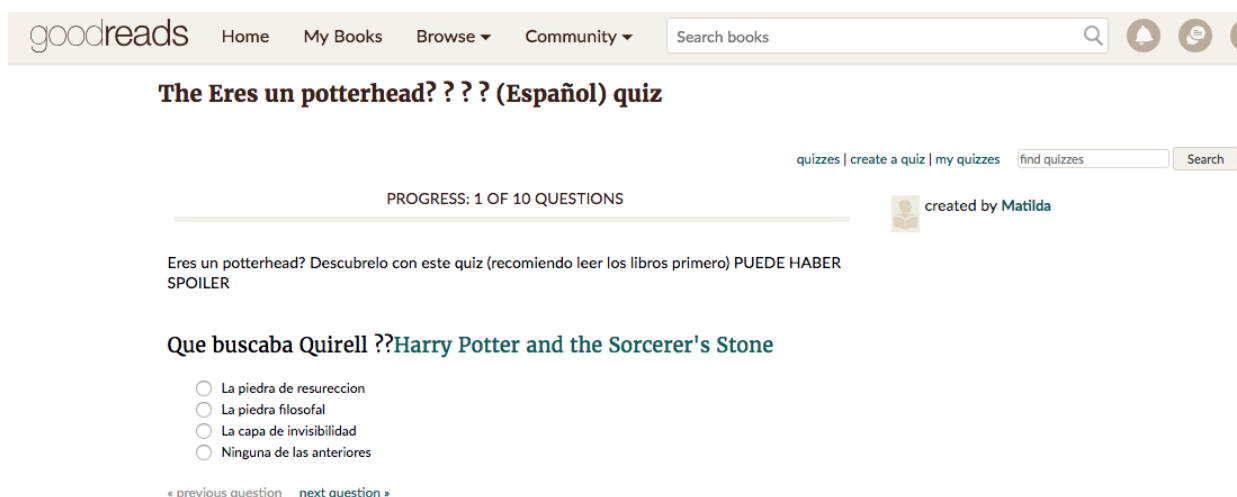
**Figura 10.** Visualización del *Reading Challenge* de años anteriores. Captura de pantalla.

Toda esta información es muy valiosa para el profesor a la hora de emprender nuevas acciones. Incluso, si el profesor trabaja por primera vez con un grupo que ya

utiliza *Goodreads*, puede recurrir a los datos recogidos en la red social para tomar decisiones más efectivas de cara a plantear nuevas tareas relacionadas con la lectura.

#### 4.5. *Quizzes*.

Otra de las formas de evaluación de la lectura de un libro que se puede llevar a cabo es la creación de un *quiz*. Estos juegos de preguntas con múltiples opciones de respuesta se pueden realizar de distintas formas. Por una parte, se puede instar a los alumnos a que sean ellos mismos los que creen una serie de preguntas y sus posibles respuestas sobre un libro; el resto de la clase puede participar respondiéndolas, de modo que demuestran su conocimiento sobre la obra.



**Figura 11.** Visualización de un *quiz* en *Goodreads*. Captura de pantalla.

El profesor puede supervisar y evaluar las preguntas y sus respuestas, así como la fiabilidad de las respuestas. Por otra parte, puede ser el profesor el que cree las preguntas, como lo haría para un examen tipo test, y que los alumnos deban responderlas. Esta dinámica resulta útil para los libros de lectura obligatoria, no así para los libros que los alumnos hayan leído por ocio de forma individual.

En términos generales, estos son los usos que se le puede dar a *Goodreads* en el aula, tanto para trabajar las lecturas obligatorias como para fomentar la lectura fuera de la obligatoriedad. Si bien la red social cuenta con muchas otras opciones, la idea es que los alumnos se familiaricen con las opciones básicas de la red social, se acostumbren a

usarla y participen activamente en la lectura social, algo que desempeñarán a través del uso de la escritura. Además, las actividades realizadas en *Goodreads* se pueden alternar con otras realizadas en el aula o incluso fuera de ella, como presentaciones de libros o creaciones artísticas vinculadas a los mismos, para dinamizar el acercamiento a la lectura. En la Tabla 4 se muestran las actividades que se pueden realizar en *Goodreads* y el nivel en el que se recomienda utilizarlas, teniendo en cuenta las capacidades de los alumnos y las características curriculares de cada curso.

En resumen, la propuesta consiste en incorporar progresivamente las actividades que *Goodreads* ofrece, adaptándose a las características del curso y subiendo el nivel cada año, con el objetivo de que los alumnos se acostumbren al uso de la plataforma y disfruten de la lectura social.

En el primer curso en el que se propone su uso, 2º de ESO, las actividades recomendadas están enfocadas a que los alumnos se familiaricen con el uso de la plataforma –a través del uso de las estanterías, las fichas de libros y el sistema de puntuación– y que tengan como aliciente los *quizzes* como elemento de gamificación. Para el siguiente curso, 3º de la ESO, a dichas actividades se añade la escritura de reseñas sobre los libros leídos. En 4º, además, se propone añadir el *Reading Challenge* en lugar de los *quizzes*, ya que los alumnos ya deberían estar acostumbrados a utilizar la plataforma. En 1º de Bachillerato se propone agregar a estas actividades el uso de grupos, en los que compartir las aportaciones de los alumnos a la red social, novedades literarias y conversaciones que fomenten el debate. Por último, para 2º de Bachillerato, debido a las particularidades del curso, se plantea que se desarrollen las tareas más sencillas, ya aprendidas en los años anteriores, con la finalidad de que los alumnos sigan utilizando *Goodreads* sin considerarlo una carga de trabajo más.

Curso	Actividades recomendadas
<b>2º ESO</b>	Introducción a <i>Goodreads</i> .
	Uso de estanterías y sistema de puntuación.
	Consulta de fichas de libros.
	Creación y respuesta de <i>quizzes</i> .
<b>3º ESO</b>	Uso de estanterías y sistema de puntuación.
	Consulta de fichas de libros.
	Creación y respuesta de <i>quizzes</i> .
	Escritura de reseñas.
<b>4º ESO</b>	Uso de estanterías y sistema de puntuación.
	Consulta de fichas de libros.
	Escritura de reseñas.
	<i>Reading challenge</i> .
<b>1º Bachiller</b>	Uso de estanterías y sistema de puntuación.
	Consulta de fichas de libros.
	Escritura de reseñas.
	<i>Reading challenge</i> .
	Grupos.
<b>2º Bachiller</b>	Uso de estanterías y sistema de puntuación.
	Consulta de fichas de libros.
	<i>Reading challenge</i> .
	Grupos.

**Tabla 6.** Actividades recomendadas para cada curso. Elaboración propia.

Por último, es relevante destacar, de forma común a todos los niveles que, aunque resulte trabajosa, la obtención de datos sobre los hábitos de lectura de los alumnos, fruto del uso de *Goodreads* en el aula, es fundamental. Esta información puede ser muy valiosa de cara a la toma de decisiones efectivas, relativas a nuevas acciones de fomento de la lectura, así como para evaluar la eficacia de las que se están llevando a cabo.



## 5. Conclusiones.

Los datos estadísticos sobre el hábito lector en los últimos años apuntan a que cada vez se lee más en España, con un crecimiento lento pero progresivo. Sin embargo, estas mismas cifras denotan una caída considerable del índice de lectores tras finalizar los estudios. El fomento de la lectura es clave para la educación pero también para fomentar el pensamiento crítico y, en resumidas cuentas, ser ciudadanos libres. Es por ello que es necesario tomar medidas para consolidar los hábitos lectores más allá de los periodos educativos.

El modelo tradicional de prescripción de lecturas, obligatorias o recomendadas, por parte de los profesores ha demostrado ser poco efectiva a la hora de transmitir el concepto de la lectura por placer. Los más jóvenes han reaccionado tomando las posibilidades de la red y creando y participando en espacios dedicados a la lectura. Al margen de la escuela, han socializado la lectura, y la comparten efusivamente a través de blogs, foros, *booktubers* y redes sociales. Internet se convierte en un espacio en el que los jóvenes tienen libertad para compartir los libros que verdaderamente les gustan, intercambiar opiniones y, además, producir nuevos contenidos transmedia, como vídeos o *fan-fictions*.

En los últimos años los clubes de lectura han experimentado un auge, pero también lo han hecho las redes sociales de lectura. Mientras que en los clubes se manejan unos tiempos concretos y también se prescriben libros, en las redes sociales cada usuario elige cómo y cuándo participar. La red social de lectura más importante a nivel global, *Goodreads*, cuenta ya con más de 65 millones de usuarios, y muchos jóvenes ya la consideran una de sus primeras vías para obtener recomendaciones de libros.

Ante esta situación, los centros educativos pueden incorporar el potencial de *Goodreads* a su plan de fomento de la lectura. Esta red social ofrece gran variedad de opciones y actividades que se pueden trabajar en un aula y, además, resultan muy útiles para recabar datos acerca de los hábitos lectores de los alumnos y su evolución a través del tiempo.

Cabe destacar que *Goodreads*, desde 2013, es propiedad del gigante del comercio electrónico Amazon, por lo que los datos que se vuelcan en la red social son

utilizados con fines comerciales. Para evitar el problema ético de utilizar una herramienta con estos fines en el aula, lo ideal sería que un ente público lanzase alguna plataforma de características similares pero, mientras tanto, *Goodreads* se perfila como la opción más completa.

El uso de *Goodreads* como plan para el fomento de la lectura en un centro de educación secundaria se propone desde una perspectiva plurianual y multidisciplinar. Su interfaz se encuentra únicamente disponible en inglés, aunque cuenta con usuarios de todo el mundo, que participan en ella en varios idiomas. Estas características hacen que pueda ser útil para trabajar desde todas las asignaturas, especialmente las distintas lenguas, para fomentar la lectura y, además, trabajar la escritura, el principal medio de expresión en las redes sociales.

Esta red social incluye los elementos básicos de toda red social –novedades, amigos, mensajes, comentarios– y, además, gran cantidad de opciones para intercambiar información y opiniones, descubrir nuevas lecturas y participar en retos y concursos relacionados con los libros. En definitiva, es un espacio construido sobre las bases de la lectura social.

El objetivo de esta propuesta no es conseguir que los estudiantes lean más, sino que se acostumbren a participar en la lectura social en *Goodreads*, aportando distintos elementos que les puedan resultar atractivos, para propiciar el disfrute de la lectura y la generación de un hábito lector que perdure a lo largo de la vida. En este sentido, además del uso en el aula, es crucial fomentar que los alumnos no utilicen la red social solo para las lecturas escolares, sino que también incluyan las lecturas por ocio.

Según los términos y condiciones de la plataforma, los usuarios registrados deben tener al menos 13 años, por lo que se podría comenzar a utilizar en 2º de ESO, –presentando la herramienta y realizando actividades sencillas para una primera toma de contacto–, y mantenerse en cursos sucesivos, añadiendo nuevas actividades que se ajusten a las capacidades del alumnado y a las características curriculares del curso. Estas actividades permiten trabajar la lectura en muchos sentidos, desde evaluar los libros obligatorios a través de la publicación de reseñas o los concursos de preguntas, hasta compartir información sobre libros en grupos o retar a los alumnos a leer un número determinado de libros durante el año.

Una de las principales ventajas del uso de *Goodreads* para el fomento de la lectura en un centro es la posibilidad de recabar datos sobre la evolución lectora de los alumnos. A través de las distintas actividades propuestas, el profesor puede obtener información muy valiosa, como la opinión de los alumnos sobre un libro, si leen únicamente los libros obligatorios o también lo hacen por ocio, cómo ha evolucionado su hábito lector, qué títulos les interesan... Estos datos se pueden utilizar como base para proponer nuevas lecturas obligatorias, para descubrir nuevos títulos de interés para los alumnos y, sobre todo, perfilar y mejorar la eficacia de los planes de fomento de la lectura.

## Bibliografía

- Arana, J. (2016). Clubes de lectura. *La lectura en España. Informe 2017*. Federación de Gremios de Editores de España. 141-153.
- Arana, J. y Galindo, B. (2009). *Leer y conversar: una introducción a los clubes de lectura*. Ediciones Trea.
- Author Earnings. (2016). *February 2016 Author Earnings Report: Amazon's Ebook, Print, and Audio Sales*. Recuperado de <http://authorearnings.com/report/february-2016-author-earnings-report/>
- Cordón J. A. y Gómez Díaz R. (2013). Lectura social y colaborativa. En Diccionario Digital de Nuevas Formas de Lectura y Escritura. DINLE. Recuperado el 3 de mayo de 2018 de <http://dinle.eusal.es/searchword.php?valor=Lectura+social%2C+lectura+colaborativa>
- Dantas, T., Cordón-García, J. A., y Gómez-Díaz, R. (2017). Lectura literaria juvenil: los clubes de lectura como entornos de investigación. *Ocnos*, 16 (2), 60-74. Recuperado el 3 de mayo de 2018 de [http://dx.doi.org/10.18239/ocnos\\_2017.16.2.1281](http://dx.doi.org/10.18239/ocnos_2017.16.2.1281)
- Goodreads. (2018). *About us*. Recuperado el 9 de abril de 2018 de <https://www.goodreads.com/about/us>
- Duval, Matthew D. (2017). The Impact of Virtual Literacy Communities in an English Language Arts Classroom: A Case Study Using Goodreads. Drexel University.
- Federación de Gremios de Editores de España. (2018). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado el 4 de mayo de 2018 de <https://www.mecd.gob.es/dam/jcr:1667003c-b613-4ee0-987a-5b615e93c773/HLCL2017-FGEE.pdf>
- Lluch, G. (2017). Cuando los adolescentes y los jóvenes tomaron la lectura. *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Fundación Telefónica. 31-35.

- Lluch, G., y Escandell, D., y Francés, M., y Baldaquí, J., y Esteve, A. (2017). Políticas públicas de lectura e investigación. El diseño del Plan Valenciano de Lectura. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, 16 (1), 121-133.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2015). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*. Madrid, España.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2017). *Plan de Fomento de la Lectura 2017 - 2020. Leer te da vidas extra*. Recuperado el 2 de mayo de <http://fomentodelalectura.mecd.gob.es/dam/jcr:d82087d6-b264-44fc-aa2d-de0a0d510f02/pfl.pdf>
- Moreno, M. A. (2017). La biblioteca pública y la lectura social. *VIII Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- ORDEN 44/2011, de 7 de junio, de la Conselleria de Educación, por la que se regulan los planes para el fomento de la lectura en los centros docentes de la Comunitat Valenciana. [2011/6872]. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*. 7 de junio de 2011.
- Resolución de 17 de noviembre de 2017, de la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte, por la que se convoca el programa para la dinamización de las bibliotecas escolares y el fomento de la lectura a los centros docentes de titularidad pública de la Generalitat. [2017/10564] - *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*. 21 de noviembre de 2017.
- Rovira-Collado, José. (2016). “Redes sociales en la universidad: profesionales, académicas y de lectura”. *Álabe: Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura* 13, 1-18. <http://dx.doi.org/10.15645/Alabe2016.13.4>
- Rovira-Collado, J. y Sánchez, P. (2017). Leyendo al Inca en Internet: Presencia de su obra en las redes sociales de lectura. *Revista crítica literaria latinoamericana*, n. 85, 519-539.
- Scolari, C. A. (2016). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. *La lectura en España. Informe 2017*. Federación de Gremios de Editores de España. 175-186.

- Yubero, S., y Larrañaga, E. (2010). El valor de la lectura en relación con el comportamiento lector. Un estudio sobre hábitos lectores y estilo de vida en niños. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, (6), 7-20.